

兩岸攜手科技創新正當其時

灣區瞻勢

早前，中國國民黨主席鄭麗文率團赴大陸參訪，走訪上海、北京等地的科技企業與創新平台，實地了解大陸在新能源汽車、即時配送、人工智能教育等領域的發展成果。這讓外界再次看到，兩岸交流若能回到產業、青年與發展本身，往往最有共鳴，也最有現實意義。

當前國家的科技創新正加速從實驗室走向產業現場。無論是人工智能、智能製造，還是新能源汽車、低空經濟，大陸的優勢已不只是技術突破本身，更在於超大规模市場、完整產業鏈、豐富應用場景與快速工程化能力的結合。國家「十五五」規劃綱要明確提出「推動科技創新和產業創新深度融合」，這意味著未來兩岸合作的空間，不會縮小，只會更大。

兩岸創科合作互補性強

從產業基礎看，大陸擅長把新技術迅速做成新產業；台灣的優勢，則長期體現在半導體、精密製造、電子信息與硬科技工程化能力上。台灣產業最大的特點，是務實、穩定、重交付，也更早習慣在全球市場中尋找位置。台灣經濟部門發布的產業技術白皮書也指出，台灣

詹培勳 | 瞻行資本創始人



正繼續依託半導體與ICT基礎，布局先進封裝、機器人、無人機等關鍵方向。換句話說，台灣最有價值的，不僅是技術本身，更是把技術做精、把產品做穩、把市場做深的的能力。

筆者去年在深圳前海舉辦中國創新創業大賽港澳台賽時感受尤深。當時邀請了台灣工研院、台北創新實驗室等機構參與，三百多個報名項目中，不少台灣團隊都讓人印象深刻。他們不空談概念，而重視落地驗證，並具備很強的國際化視野。很多團隊一旦站穩腳跟，馬上就把目標市場投向美國與東南亞。這樣的創業氣質，恰恰說明兩岸創科合作有很強的互補性。

香港的角色，是做創科的連接者、轉化者和放大器。香港有國際化科研環境、普通法制度、資本市場、專業服務體系，也正借河套、北部都會區與「產學研1+」等布局，加快從金融中心向國際創科樞紐延伸。香港若能把內地的場景能力、台灣的工程能力與國際資本、合規管理、知識產權服務更好連接起來，必將能發揮不可替代的獨特作用。

今天的科技競爭，早已不是單點突破，而是科研、製造、資本、人才、制度與市場的系統協

同。海峽兩岸暨港澳真正攜手，有機會形成從研發到轉化、從製造到出海、從區域驗證到全球布局的創新閉環。這對青年創業、產業升級乃至華人社會整體競爭力，都至關重要。

「拆牆鋪路」匯聚優勢

更值得重視的是，近期國台辦已連續釋放促進兩岸交流合作的信號，支持兩岸產業融合發展，包括進一步便利台胞往來大陸、支持台商台企把握「十五五」發展機遇、推動兩岸產業合作深化等。不少學者也指出，最新政策體現了大陸的誠意與善意。既然政策窗口已經打開，接下來更應盡快解決現實中的溝通交流障礙，讓人員往來、項目合作、青年創業、科技孵化與產業協同真正順暢起來。

面對新一輪科技革命，合作比內耗更有利，建設比空轉更務實。海峽兩岸暨港澳同文同種，也各有產業所長。今天最需要的是，盡快「拆牆鋪路」、擴大交流，讓科技人才敢流動、創業項目能落地、資本資源可對接，匯聚海峽兩岸暨港澳的優勢，在全球科技競爭中形成更強的中國力量。

科技「賦能」教育 激發學生潛能

張惠達 | 香港教育工作者聯會理事

教聯筆陣

1998年11月，香港特區政府發布《與時並進善用資訊科技學習：五年策略1998/99至2002/03》，為此後四分之一世紀的教育科技變革定下基調。二十多年後的今天，生成式人工智能（AI）湧現，教育局正積極推動數字教育及AI輔助教學。回望這份文獻，儘管科技工具天差地別，但透過科技「賦能」教育的初心，以及「軟硬並重」的思維，至今仍是推動教育數字化轉型的共通基石。

「智能化」人才培育

1998年的策略具有濃厚的「開荒」色彩。特區政府投入23億元非經常開支，為中小學購置電腦、接駁互聯網、提供教師培訓，解決「有」與「沒有」的數字鴻溝，目標不止於教學生操作電腦，更要培養「主動性強、具探究精神和創意的學習者」，掌握「尋找、評估、組織和表達」資訊的能力，養成「終生獨立思考的習慣」。

對比當前政策，2025年教育局成立「數字教育策略發展督導委員會」，將發表《中小學數字教育發展藍圖》。關鍵詞從「電腦、互聯網、多媒體」轉為「人工智能、素養、個性化學習」。政策焦點已從購置硬件轉向利用AI輔助教學，例如「『智』為學理」撥款計劃在初中科學科試行AI教學，預留20億元推進數字教育。當年的目標是讓學生接觸資訊世界，今天的目標是讓學生在AI生成的虛假信息中，具備「符合道德地運用數字技術」的能力及更高層次思維技巧。

減輕負擔 專注學生成長

政策的成效需回歸教育現場檢

驗。從當年配置第一台電腦到如今推動AI教學；從昔日教師用餘時間自學打字、摸索軟件、編寫網頁，到今日設有技術支援團隊，教師能專注於課程設計與教學創新。課擔減輕，意味着教學重心的轉移：我們得以從繁重的機械性工作中解放，成為學生的「導師和學習推動者」，實踐「培養學生終生自學能力」的宏圖。資訊科技不是取代教師，而是幫助教師提高專業技能，回歸教育本質。

從1998年的「五年策略」到即將出台的《中小學數字教育發展藍圖》，香港數字教育和教育科技應用走過了從無到有、從有到優的歷程。技術在變，質量遞增，但那份透過科技讓教育回歸「人本」的初心始終未改。每一代教育工作者都在做同一件事：利用當時最先進的科技，去激發學生潛能，培養他們成為駕馭未來、終身學習的獨立個體。這份初心的延續，正是香港教育科技發展最寶貴的財富。

2026年4月，國家教育部等五部門聯合印發《「人工智能+教育」行動計劃》，明確提出將人工智能納入教師資格考試和認證內容，同時要求師範生培養課程體系必須包含人工智能必修內容。

教聯會已明確建議將AI應用納入教師在職培訓必修內容。內地將AI素養作為教師准入的剛性門檻，而香港則以三年150小時持續進修的方式推動，兩地路徑不同，但方向一致——AI素養已從「選修項」升級為教師專業能力的「必備項」。內地先行一步的制度安排，值得香港在落實教師執業證制度時借鑒：將AI應用明確納入核心培訓範疇，讓教師專業「與時並進」從願景落地為制度保障。

建構社區支援網 為「柏友」及照顧者賦能

何天虹 | 香港大學社會工作及社會行政學系教授 香港大學行為健康教研中心總監

北斗同行

身體「開關」失靈，平穩步伐變得困難，正是帕金森症患者的日常挑戰。作為第二大常見的神經退行性疾病，現時全港約有13,000名患者，隨着人口老化，預計未來患者數目更會激增至數萬人。帕金森症是因腦部「多巴胺」減少而導致活動能力受損，出現「震、硬、慢」三大症狀，常被誤解為認知障礙症或單純的「老人病」。事實上，患者大多認知清晰，近年更有年輕化的跡象。

臨床經驗與社會調查發現，逾八成患者在確診前均未預料會患上帕金森症。對於預期外的衝擊，加上身心困擾，構成此症背後的複雜挑戰。單純的藥物治療並不足夠，我們需要一個全面、立足社區，並且關注身心整合健康的支援系統，支持包括病友、照顧者、醫護人員等持份者合力的網絡。

由「香港賽馬會慈善信託基金」策劃及捐助的「賽馬會『柏動愛』帕金森症關懷計劃」（下稱賽馬會「柏動愛」），由香港大學行為健康教研中心、香港大學護理學院及香港復康會攜手合作，通過融合表達藝術與正念瑜伽等自我關懷元素，旨在建構一個全方位的社區關懷網絡，為「柏友」及其照顧者注入力量。

「3C」模式貢獻多層次支援

賽馬會「柏動愛」的核心理念，建基於一個整合性的「3C」模式——即

立足社區（Community-based）、聚焦關懷（Compassion-focused）及輔助現有醫療體系（Complementary）。計劃的目標並非取代傳統醫療，而是透過四大策略，填補現有服務的空隙，為患者和社區賦能。

「柏動愛」計劃第一個重點，正是「提升公眾意識及預防」。計劃團隊深入全港十八區舉辦健康講座，至今已觸及超過16,000名市民，希望能夠在大眾心中打破迷思，教育市民識別病症早期先兆。同時，計劃亦為逾2,000名市民提供免費風險篩查，做到及早識別、及早轉介，將預防工作落實到位。

第二個重點是「激活個人及社區資源」。計劃深信，每位患者和照顧者體內，都蘊藏着應對困境的潛能。透過引入以實證為本的「正念瑜伽」，以及「表達藝術」等身心靈健康課程，旨在幫助參與者學習調節情緒、重新連結身心。香港大學行為健康教研中心總監何天虹教授指出，多元化的課程期望培育「善待自己」（Self-compassion）的態度，讓不同人在面對挫折時，能以更寬容、更有建設性的心態關顧自己，提升抗逆能力。

第三就是「提供多層次支援服務」。計劃的關懷對象不限於「柏友」，更涵蓋照顧者、義工、外籍家庭傭工及社區前線人員。團隊已為不同群體舉辦超過1,500人次的培訓，致力提升整個社區的照顧能力，讓「柏友」在日常生活中

能獲得更適切和具同理心的支持。另外，計劃亦為專職醫療人員及學生，提供「舞蹈對帕金森」等進階培訓，擴充本地綜合護理的人才庫。

最後則是「構建社區網絡及知識傳播」。計劃設立官方網站（錄得超過9萬次瀏覽），並投稿發表至《柏之訊》及《柏友新知》等本地通訊、製作教育短片如《帕金森症四大先兆》《我的慢慢爸爸》等，亦透過電台、電視台及報章專欄，將正確資訊廣泛傳播。這一切努力，都是為編織一個強大而穩固的社區安全網，讓求助者有門、讓同行者不孤單。

在關愛中活出節奏

「玩下啦，玩下啫，又唔係去開畫展、去表演！」「柏友」阿文笑着鼓勵其他病友參加表達藝術課程。他自言「無乜藝術細胞」，卻在項目課堂的輕鬆氛圍中，找到久違的放鬆和樂趣。他的太太阿呂觀察到，丈夫上完課回家後，會不自覺地哼着歌。那一刻，她知道丈夫的心情是好的。

這些溫馨的片段，正是賽馬會「柏動愛」計劃價值的最佳寫照。計劃除提供知識和技巧外，更加入理解、接納，讓「柏友」及照顧者安心喘息、重拾力量。帕金森症或許會打亂生活的原有節奏，但透過建構一個充滿關愛的社區支援網絡，項目團隊及醫護人員能與「柏友」及其家人同行，幫助他們適應新的步伐，重新譜寫出充滿尊嚴與希望的動人樂章。

不同數字貨幣的區別

姚兆明 | 香港大學計算與數據科學學院碩士課程總監



創科新視野

本文旨在幫助讀者理解加密貨幣（例如比特幣或以太幣）、穩定幣（例如USDT）和央行數字貨幣（CBDC）（例如電子人民幣）之間的差異。

一、在上述三種貨幣中，只有央行數字貨幣（CBDC）是法定貨幣，必須由政府的中央銀行發行。

以電子人民幣為例，它與紙幣人民幣（RMB）具有相同的法律地位。人民幣的發行量由中國人民銀行（PBOC）集中嚴格控制，用於管理通貨膨脹、維護經濟穩定等。香港的情況類似，每年港幣（HKD）的發行總量和流通紙幣總量由香港金融管理局（HKMA）控制和監管，通常受供需關係驅動。你知道在香港，哪些銀行可以發行港元紙幣（10港元紙幣除外），以及哪個機構發行我們所有的硬幣嗎？

換句話說，即使我們擁有電子人民幣（中國內地）或電子港幣（香港，儘管尚未發行），紙幣人民幣加上電子人民幣的總額仍然與沒有電子人民幣時相同（即電子人民幣與紙幣人民幣1:1等值，例如，如果中國人民銀行發行1元電子人民幣，那麼相應地應該少發行1元紙幣人民幣。）電子港幣如果以發行，情況也類似。

法定貨幣和非法定貨幣的主要區別在於，根據相關規定，債權人（例如店主、計程車司機）不得拒絕接受法定貨幣（例如紙幣人民幣）作為商品或服務的付款。這裏筆者分享一個在內地發生的有趣故事，筆者相信很多讀者都有類似的經驗。在內地搭乘計程車時，如果您現在用現金支付，司機有時會聲稱現金不足，無法找零，並要求您使用支付寶、微信支付等其他電子支付方式。有趣的是，在內地，似乎沒有規定強制計程車司機攜帶足夠的零錢找零。另一方面，在香港，我們有規定強制計程車司機至少攜帶100港元的紙幣或硬幣，以便找零。但對於香港的商店經營者來說，似乎沒有關於最低找零金額的具體規定。

二、穩定幣和加密貨幣在世界上大多數國家和地區並非法定貨幣。在大多數國家和地區，穩定幣和加密貨幣不被視為法定貨幣（極少數國家除外，例如薩爾瓦多，但需要確認2026年是否仍然如此）。這意味着，如果穩定幣和其他加密貨幣並非所在地區的法定貨幣，債權人可以合法地拒絕接受它們作為支付方式。例如，2021年2月，特斯拉宣布接受比特幣作為購買特斯拉電動車的支付方式，這完全是公司的決定，但從法律角度來看，比特幣仍然不是法定貨幣。有趣的是，他們在2021年5月暫停了這項服務。

三、穩定幣和其他加密貨幣可以由任何第三方甚至個人發行。即使到了現在，世界上大多數國家和地區可能仍然缺乏一套非常完善的監管體系來控制和保護交易穩定幣和加密貨幣的客戶。客戶必須自行承擔風險和責任。

那麼，您可能會問，我們為什麼還需要穩定幣和加密貨幣？如果您讀過之前的文章，您應該可以回答這些問題。筆者在上一篇文章中已經解釋過穩定幣與其他加密貨幣的區別，所以這篇文章裏，筆者就不會再討論這個問題了。此外，我們也還沒有討論支付寶、微信支付、Apple Pay等不同的支付系統與這些數字貨幣的比較，更多資訊請關注下一篇文章。筆者也會講述一個穩定幣崩盤的故事，以及可能涉及的其他詐騙案例。總之，如果您對投資工具的細節並不完全了解，請盡量不要投資，以免上當受騙。即使您了解相關知識，也請設定一個您可以承受的損失上限。筆者並非投資專家，以上僅是筆者個人的建議。

將ESG內化為核心戰略 為中企出海開拓路徑

周美香 | 原世界銀行高級社會發展專家 愛思基風險管理與投資公司董事長



近日在香港舉行的「ESG框架下社會風險管理與戰略營銷分享會」，匯聚學界專家、金融機構、企業代表及公益領域資深人士，針對ESG政策、社會風險管理、文化適應及出海合規等議題展開深度研討，為中國企業全球化布局提供了清晰的前途思路與實操路徑。

全球可持續發展準則正加速變革，ESG尤其是社會維度已成為企業出海的強制性准入門檻與生存底線。自2023年以來，中國企業出海遭遇的ESG相關訴訟、供應鏈審查及市場准入壁壘顯著上升。這一趨勢背後，是地緣政治風險與ESG風險的深度融合：供應鏈合規政治化、數據安全與隱私保護的國家安全化、環境風險及社區關係的本地化衝突、勞工權益的全球標準化壓力等，這些風險已形成相互強化的雙向關係。若企業仍以碎片化思維應對，必將在全球化進程中付出高昂代價。因此，必須以整合視角，將社會風險管理嵌入企業戰略全鏈條，方能

化被動為主動。

與會者一致認為，ESG中的「S」維度已超越被動回應社會議題的層面，轉變為企業理解自身行動如何影響人類福祉、社會信任與意義結構的反思性能力。這不僅關乎企業倫理，更直接決定品牌長期生命力。在多元輿論環境中，社會風險往往源於溝通斷裂與認知偏差，因此，建立持續的溝通機制與信任基礎，已成為風險治理的核心方式。會議特別強調，企業若能將社會風險轉化為戰略資源，便能從「合規壓力」中提煉出「發展能力」。

這一轉變在營銷層面表現得尤為突出。傳統以產品與資訊傳播為中心的模式，正加速向以社會關係建構與公共參與為導向的戰略路徑演進。在ESG框架下，品牌不再是單純的傳播工具，而是企業在社會中的行動表達；透過社區參與、文化適應與公共議題實踐，品牌內涵得以重塑。企業需打

破部門壁壘，建立跨層級整合機制：內部將ESG指標納入治理結構與績效體系，使其成為核心決策要素；外部則強化與社區、政府及非營利組織的協同，構築多方參與的治理網絡。

「走出去」的實踐中，文化適應、社區溝通與利益相關方參與已成為決定項目成敗的關鍵。無論是基礎設施建設、產業投資還是供應鏈布局，社會風險都直接影響推進節奏。企業必須重點構築三項核心能力：一是「深度本地化」的融入能力，與當地文化和人心建立真實連結；二是「全鏈條穿透」的合規能力，打造可追溯、可驗證的供應鏈管理體系；三是「前瞻性預防」的風險識別能力。大型項目雖在宏觀層面推進，其張力卻往往集中於地方社區。因此，企業需建立長期地溝通與參與機制，透過理解社區差異、促進利益共享、提升透明度，從源頭減少衝突，實現更具包容性與可持續性的社會整合。